

# Beslutsfattarens bild av Blekinge

Projekttyp: Kvalitativ attitydundersökning  
Skapat av: Karolina Wass, Geobrandts  
Datum: 14 december 2009  
Beskrivning: Slutrapport

# Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	2
2. Mål och metod	4
3. Resultatredovisning	8

# Sammanfattning

## Huvudsakliga slutsatser

Studien Beslutsfattarens bild av Blekinge har givit insikt i attityder gentemot Blekinge hos 26 personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll. Dessa personer återfinns både i privat och offentlig sektor, såväl i som utanför Blekinge.

En majoritet av beslutsfattarna lyfter fram naturen och ännu mer specifikt den unika blekingska skärgården, som regionens mest attraktiva sida. Beslutsfattarna lyfter också fram att turismen verkligen har en utvecklingspotential i Blekinge. Regionen anses vara oexploaterad med stora möjligheter till rekreation. Blekinge är lättillgänglig för köpstarka turistgrupper i Polen, Tyskland och Danmark.

BTH ses som en viktig faktor för Blekinges attraktionskraft som företagarregion. Det värdesätts att BTH tar ett samhällsansvar och odlar ett nära samarbete med näringslivet i Blekinge. Ytterligare en positiv sida med Blekinge som lyfts fram är att det finns en tradition och kunnande inom klusterutveckling, vilket flera påpekar är särskilt viktigt att ta tillvara.

Blekinges attraktionskraft grumlans av de bristande kommunikationerna, enligt många. Mer än hälften av beslutsfattarna pekar ut infrastrukturen som Blekinges stora nackdel. Vidare sägs att Blekinge är anonymt för många människor i omvärlden. Blekinge ligger lite i ett hörn både mentalt och geografiskt och marknadsföringen av regionen har varit svag. Att näringslivet och arbetsmarknaden är ensidig och konjunkturkänslig pekas också ut som svagheter för Blekinge.

Beslutsfattarna har fått återge sin bild av de värderingar och den kultur som råder i Blekinge. Ett vanligt svar är att blekingeborna präglas av en starkt framtidstro -"Det gaur" och att blekingebor är trevliga, positiva, öppna, stolta och överlevare. En negativ faktor som flera pekar på är att Blekinge förknippas med främlingsfientlighet. En journalist vittnar om att han i sitt jobb möts av föreställningen om blekingebor som främlingsfientliga och att Karlskrona och Sölvesborg är starkt förknippade med främlingsfientliga partier, vilket också spiller över på bilden av Blekinge.

Beslutsfattarna har bedömt Blekinge utifrån viktiga så kallade attraktionsfaktorer; Att Blekinge möter barnfamiljens behov av trygg livsmiljö, är rikt på upplevelser för turister och besökare samt att invånarna är öppna och välkomnande hamnar topp tre på listan över positivt laddade attraktionsfaktorer för Blekinge, medan Blekinge har ett starkt näringsliv med ett stor utbud av arbetstillfällen samt att Blekinge är lätt att nå tack vare goda kommunikationer återfinns i botten.

Beslutsfattarna har även fått uttala sig om hur de tror att det kommer att gå för Blekinge i framtiden, när det gäller tillväxt och befolkningsutveckling. Svaren ger uttryck för en något positiv tilltro till Blekinges framtida utveckling. Nio av 26 respondenter tror på en bättre utveckling än medel för Blekinge om tio år, jämfört med andra regioner i Sverige. Turismens potential, BTH, entreprenörskapet är några av de motiveringar som framkommer. Samtidigt påtalar de att det gäller att förbättra kommunikationer och börja samverka mer mellan kommunerna för att en bättre utveckling ska vara möjlig.

I undersökningen har beslutsfattarna även fått ge sin bild av hur offentliga aktörer lyckas med att utveckla Blekinge i positiv riktning. Majoriteten tycker man lyckats medelbra. BTH's utveckling och förbättring av kommunikationer är viktiga frågor för utvecklingen just nu. Likaså påtalas vikten av att klara av omställningen från traditionell industri till mer högteknologisk industri.

I denna undersökning har vi även tillfrågat respondenterna vad de vill ska förknippas med varumärket Blekinge. De mest frekventa svaren är att varumärket Blekinge ska förknippas med god livsmiljö, naturen och skärgården. Många respondenter lyfter också fram närheten till Europa och kontinenten, att det är en kunskapsintensiv region med företagsamhet och framåtanda som viktiga aspekter av varumärket Blekinge.

Beslutsfattarna har även fått möjlighet att utifrån sin egen bakgrund och sina erfarenheter identifiera Blekinges viktigaste framtids- och utvecklingsfrågor. Det enskilt mest frekvent förekommande svaret på frågan är förbättrade kommunikationer. En ökad satsning på turism, högskolan och att arbeta för ett mer diversifierat näringsliv är andra viktiga framtidsfrågor som påtalas. Sist men inte minst framhåller många betydelsen av att bli bättre på att synliggöra Blekinge i omvärlden.

# Mål och metod

## Undersökningens mål

*Beslutsfattarens bild av Blekinge* ska klargöra attityder som personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll har gentemot platsen Blekinge. Undersökningens resultat ska utgöra ett stöd för det varumärkesarbete som Region Blekinge bedriver. Det finns skäl att anta att de föreställningar och kunskaper som finns hos opinionsbildare gentemot regioner och kommuner har stor inverkan på platsens utveckling, och dessa personer kan också antas påverka hur andra människor uppfattar platsen ifråga.

Parallellt med den här undersökningen genomförs ytterligare två; dels Attraktionsindex Blekinge som ska klargöra omvärldens bild av Blekinge. 831 privatpersoner mellan 18 och 64 år har besvarat viktiga frågor om Blekinges attraktionskraft och renommé. Dels genomförs en webbaserad undersökning om den lokala uppfattningen om Blekinge. Tillsammans ger undersökningarna en tydlig bild av hur Blekinge uppfattas som plats att leva och verka på.

## Undersökningsmetod

Intervjuer har genomförts per telefon med totalt 26 personer i ledande befattning eller med opinionsbildande roll. Dessa personer återfinns både i privat och offentlig sektor, såväl i som utanför Blekinge. Respondenterna har valts ut av Region Blekinge genom ett strategiskt urval, med stöd av Geobrandts. I genomsnitt tog varje intervju 25-30 minuter att genomföra och ett batteri av stödfrågor användes för att etablera en bra intervjusituation (se rubriken *frågeunderlaget*). Resultaten från respektive intervju består av återgivna citat och tankegångar som givits som svar på olika stödfrågor. Personen som gjorde intervjuerna har inte tillfört någon ytterligare tolkning av "vad som sägs mellan raderna" i intervjuerna, utan citaten utgör det enda som granskats. Respondenterna har meddelats att intervjuerna inte är anonyma. De individuella intervjuresultaten finns också att tillgå i form av bilagor till rapporten.

De personer som intervjuats i undersökningen är;

Kjell-Albin Abrahamsson, utrikeskorrespondent och författare

Anders Althin, finansman, ägare till Tjärö

Anders Andersson, chefsredaktör Driva Eget

Rune Andersson, industriman och företagsledare

Merril Boman, PR-chef Volvo Lastvagnar

Per Eriksson, rektor Lunds universitet

David Erixon, Brand Director Vodafone

Katarina Ewerlöf, skådespelerska

Anders Grenstad, marininspektör

Göran Johnsson, f.d. förbundsordförande If Metall

Mats Knutsson, journalist, inrikespolitisk kommentator Svt

Madeleine Lilliehöök, advokat Advokatfirman Lilliehöök  
 Ola Lindholm, chefsredaktör KP  
 Lars Lindqvist, chef Region Syd Teknikföretagen  
 Stig-Björn Ljunggren, statsvetare  
 Ulf Lönnqvist, f.d. landshövding i Blekinge  
 Judith Melin, generalsekreterare Kustbevakningen  
 Stephan Muechler, VD Sydsvenska Handelskammaren  
 Ann-Britt Ryd-Pettersson, journalist Svt  
 Karl-Henrik Robert, professor BTH och grundare The Natural Step  
 Rigmor Robert, debattör och läkare  
 Akbar Seddigh, ordförande Högskolestyrelsen BTH  
 Jerker Swanstein, regionråd Region Skåne  
 Marianne Waplan, förbundsekonom  
 Katarina Wroblewska, Director Department of International Cooperation  
 Peter Örn, ordförande Hållbara städer

## Frågeunderlaget

Som underlag för intervjuerna användes följande stödfrågor:

### Inledning

Bakgrundsinformation (uppdragsgivare / syfte / handhavande om resultatet/respondenten får möjlighet att berätta som sin relation till Blekinge).

### Sektion 1 (kortfattad beskrivning av Blekinge)

1. Vad är Blekinge för dig?

### Sektion 2 (Blekinges attraktionskraft)

2. Vad skulle du säga är Blekinges attraktiva/starka sidor? (Öppen fråga).

- spontant
- som boenderegion
- som företagarregion
- som turistdestination

3. Vad skulle du säga är Blekinges oattraktiva/svaga sidor?

- spontant
- som boenderegion
- som företagarregion
- som turistdestination

**Sektion 3 (Kultur och värderingar)**

4. Hur skulle du vilja beskriva den kultur och de värderingar som man kan möta i Blekinge?

**Sektion 4 (Blekinges upplevda kvalitet)**

5. Du får nu möjlighet att betygsätta Blekinge utifrån ett antal faktorer som är viktiga för platsers utveckling. Hur väl stämmer följande påståenden med din bild av Blekinge? (Svarsalternativ: stämmer inte alls, stämmer inte särskilt bra, varken eller, stämmer ganska bra, stämmer helt, samt vet ej/ingen uppfattning). Respondenten har även fått möjlighet att kommentera sitt betyg).

- a. Blekinge är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer (som till exempel bil, buss, tåg eller flyg).
- b. Blekinge är rikt på upplevelser för turister och besökare.
- c. Invånarna i Blekinge är öppna och välkomnande.
- d. Blekinge möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö.
- e. Blekinge har ett starkt näringsliv med ett stort utbud av arbetstillfällen.

**Sektion 5 (Blekinges utvecklingspotential).**

6. Om du ser till förmågan att locka inflyttare och öka antalet arbetstillfällen, hur tror du att Blekinge klarat sig om tio år jämfört med andra regioner i Sverige?

- Mycket bättre än medel
- Bättre än medel
- Medel
- Sämre än medel
- Mycket sämre än medel

Vad grundar du ditt svar på? (Öppen fråga).

**Sektion 6 (Utveckling- och framtidsfrågor för Blekinge)**

7. Hur anser du att offentliga aktörer i Blekinge lyckats med att bidra till att utveckla Blekinge i rätt riktning? (Öppen fråga)

8. Finns det något som sker/pågår i Blekinge just nu som du tycker är viktigt för regionens utveckling? (Öppen fråga)

9. Vad vill du ska förknippas med varumärket Blekinge? (Öppen fråga)

10. Utifrån din bakgrund och dina erfarenheter, vilka är de viktigaste utvecklingsfrågorna för Blekinge? (Öppen fråga)

11. Vad tycker du bör göras i Blekinge för att;

- locka nya innovationer och nya företag till regionen? (Öppen fråga)

- locka kompetens om ett ökat arbetskraftsutbud till regionen? (Öppen fråga)
- göra regionen mer tillgänglig? (Öppen fråga)
- öka samarbetet med andra regioner? (Öppen fråga)
- stärka den regionala identiteten? (Öppen fråga)

# Resultatredovisning

## Fråga 1. Vad är Blekinge för dig?

Respondenten ombads att ge en kortfattad beskrivning av Blekinge. Beskrivningen visar vad respondenten spontant förknippar platsen med och kan antas ha stor inverkan på platsvarumärkets upplevda karaktär och styrkor. Beskrivningarna är självklart mycket individuella. Följande citat lyfts fram eftersom de är särskilt intressanta och/eller pekar på ett par mönster som det går att urskilja bland svaren.

“Blekinge är förknippat med något mycket positivt för mig och har alltid varit. Blekinge är vacker natur, nära Europa, mycket vatten, bra läge.”

“Jag skulle beskriva Blekinge som ett landskap som ligger långt bort men ändå centralt. Det ligger ju lite i ett hörn och de stora stråken går aldrig genom hörn. I och med utvecklingen i Östeuropa har man fått en ny roll som kommunikationspunkt.”

“Min bild av Blekinge har ändrats. För 20 år sedan var Blekinge där Sverige tar slut. Nu är det där Europa börjar. Det är en förändringsprocess som påverkat hela Blekinge. Regionen har blivit mer centralt belägen. Att muren föll och Östeuropa öppnades upp har drastiskt förändrat Blekinge och kommer förändra Blekinge ännu mer framöver.”

“Jag skulle beskriva Blekinge dels som en grön plats med vacker natur, fina omgivningar, bra hotell och spa. Dels tycker jag att Blekinge har ett bra arbetsätt för att stödja och främja innovationer och affärer. Man har ett mycket bra samarbete mellan det offentliga, näringsliv och högskola.”

“Blekinge är ett vackert län, men också ett län som kämpar förtvivlat för att bli sett. De gör mycket bra i Blekinge men de lyckas ej nå ut. Blekinge är rätt anonymt. Det är få människor som inte kommer därifrån som känner till så mycket om Blekinge.”

“Å ena sidan är Blekinge för mig det vackra skärgårdslandskapet, å andra sidan är det en schizofren region med både det gamla och det nya. Som region har man en styrka om man skulle få till en palett av skärgårdsidyll och kulturarv med framtid, IT/telecom och kunskapsamhället. Man är inte riktigt där ännu, man är lite ambivalent mellan IT/telecom och Marinmuseum.”

“Jag tänker spontant på naturen. Att ett så litet län har tre naturzoner som Selma Lagerlöfs Nils Holgersson uttrycker det, är fantastiskt. Det finns kust, landskap och skog på liten yta, fantastiskt! En sak som är negativt med Blekinge är ju att det ligger i ett litet hörn. Det är inget ställe man passerar förbi på väg någon annanstans.”

“För mig är Blekinge fantastisk natur. Det är en enorm potential som inte tillvaratagits, framförallt inom

turistnäringen. Men även inom näringslivet ges det alldeles för dåliga förutsättningar för att ta tillvara den potential som Blekinge har. Jag har drivit verksamhet i både Stockholm och Skåne och jag upplever det som otroligt svårt att komma fram här i Blekinge. Det är krångligt och tar onödigt lång tid.”

“Blekinge är en gullig del av Sverige, en lite varmare del av Sverige, en vacker del, framförallt Karlskrona och skärgården där. Det finns mycket livskvalitet i Blekinge om man jämför med Stockholm, London och Dublin. Det finns en närhet i Blekinge, både geografiskt och mellan människor. Det är nära till makthavare, kunder, samarbetspartners. För mig är Blekinge litet och gulligt. Det finns samtidigt en framtidstro och optimism - Can Do!”

“Naturen - Det finns några skärgårdar i Sverige som är riktigt häftiga och Blekinge är en av dem.”

“Blekingarna. Det är ett bestämt och stolt folk, lite som karaktären hos ett ö-folk. Man känner det när man besöker Blekinge, inte minst på landsbygden.”

Som framgår av citaten ovan beskriver respondenterna Blekinge som en vacker region med unik skärgård, god livsmiljö och som en knutpunkt mot länderna på andra sidan Östersjön. Flera lyfter fram att det är nära i Blekinge både geografiskt och mellan människor. Flertalet beskrivningar måste sägas vara positiva till karaktären även om det inte är odelat positiva kommentarer. De negativa kommentarer som framkommer rör Blekinges läge i ett hörn av Sverige, att det är anonymt och att man inte lyckas ta tillvara och nå ut med den potential man har i Blekinge.

## **Fråga 2. Vad skulle du säga är Blekinges attraktiva/starka sidor? (Spontant, som boenderegion, som företagaregion och som turistdestination)**

Fråga 2-3 i denna undersökning klargör de kvaliteter eller värden som platsen associeras med. Respondenterna har först spontant fått ange vilka styrkor och attraktiva sidor som de anser att Blekinge har, för att därefter se frågan ur boende-, företagare-, respektive besöksperspektiv. Respondenterna har i många fall givit uttömmande svar, men dessa har för tydlighets skull tolkats och kategoriserats för att analysen ska kunna göras.

### **De spontana svar som anges fördelar sig enligt följande;**

Naturen	18
Skärgården	15
Geografiska läget/närhet till Europa	5
Blekingarna, det finns potential i befolkningen	4
Möjligheter till god livskvalitet	3
Framtidsinriktat och relativt starkt näringsliv	2
Fina boendemiljöer	2
Vackert	2
Oförstörda städerna	2
Landsbygd utan att vara glesbygd	1

Ganska oexploaterat	1
Friluftsmöjligheterna	1
Vänligt	1
Närhet mellan människor	1
Korta avstånd	1
Karlskrona med världsarvet	1
BTH	1
Finns en vilja att lyckas	1
Hemslöjden	1

Beslutsfattarna lyfter framförallt fram naturen och ännu mer specifikt den unika blekingska skärgården som Blekinges attraktiva och starka sida. Det geografiska läget med närhet till Europa anses vara ett plus. Karlskrona med sitt världsarv, BTH och blekingarnas potential lyfts fram som styrkor för Blekinge.

Följande citat har valts ut för att ytterligare förtydliga resultatet;

“Naturen och skärgården. Det är unikt för Blekinge med skärgård så långt söderut.”

“Skärgården är väl nummer ett. Turistnäringen har mer att hämta där.”

“Blekinges attraktiva och starka sida är alla vattenområden, alla sjöar och mycket kust.”

“Naturen, skärgården och närheten till övriga Europa. På 2-2,5 timmar är du i Danmark. Det är något de borde lyfta fram och marknadsföra.”

“Det ligger nära Baltikum och Östeuropa, som kanske inte fått stora positiva effekter ännu, men som är en potential för framtiden.”

“Blekingarna själva skulle jag säga. Den blekingska kulturen tycker jag präglas av att de är tuffa och har en extrem integritet. Den är präglad av att de bött i områden som ibland varit svenskt, ibland danskt, det har varit en attraktiv plats som man har slagits om. Blekingarna är stolta och jättebussiga när man lär känna dem. Deras integritet gör att de är vana att klara sig själva och inte alltid är så lätta att komma in på först.”

“Man har en vilja att det ska lyckas. E22:an har man inte givit upp, försvarspolitiskt. Man stöttar varandra.”

“Högskolan. Där finns enorma möjligheter till att rekrytera duktiga krafter och locka kvalificerad arbetskraft. Vi är ju särskilt duktiga på IT inom fyra områden telecom, upplevelse, hälsa och hållbar utveckling.”

“Karlskrona med sitt världsarv är en styrka. Karlskrona är navet, det är charmigt, den marina historien har betydelse och man kan riktigt känna historiens vingslag i Karlskrona. Det är pittoreskt med låga hus av

mänskliga dimensioner. I Karlskrona saknar man den förfylning med höghus och skyskrapor som man har i de flesta större städer. Hela staden har behållit sina mänskliga dimensioner, det är unikt och personligt.”

“Blekinge är landsbygd utan att vara glesbygd. Det finns varierande och omväxlande natur. Hav eller vatten i alla fall. Du har inga bilköer, ingen trängsel. Du har alternativ men det är ingen glesbygd. Det är nära kontinenten men ändå ingen överbefolkad storstad. Skärgården runt Karlskrona är konkurrensförmålig med Stockholms skärgård när det gäller upplevelser och framförallt prismässigt. I Blekinge har du tillgång till friluftsliv samtidigt som du kan leva ett urbant liv i t.ex. Karlskrona.”

### Som boenderegion/livsmiljö anger beslutsfattarna följande starka sidor;

Naturen	14
Livsmiljön kring havet och skärgården	7
Enkelheten att leva och ta sig runt i Blekinge	6
Lätt att ta sig till Stockholm, Malmö/Lund och kontinenten	5
Vackert	4
Nära allt	4
BTH och de utbildningsmöjligheter som finns	3
Närhet mellan människor	3
Flyget	3
Inga köer/trängsel	3
Boendemöjligheterna	3
Blekingarna	2
Vänligt	1
Tryggt	1
Tyst	1
Rent	1
Sommaridyll	1
Landsbygden	1
Småskaligheten	1
Goda arbetsmöjligheter inom industrin/exportindustrin	1
Hyggliga priser	1
Lagom stora städer	1
Navet Karlskrona	1
Bra läge	1
Mycket historik	1
Lyckats med omställning från att ha varit så beroende av staten	1

En stor attraktionskraft med Blekinge ur ett boendeperspektiv är enligt beslutsfattarna naturen och livsmiljön kopplat till havet och skärgården. Blekinge är vackert och det är enkelt att leva där. Det är lätt att ta sig runt, inga köer och det finns en närhet mellan människor som uppskattas. Ur ett boendeperspektiv Blekinge mycket starkt, enligt beslutsfattarna.

Ett par citat förtydligar beslutsfattarnas bild av Blekinge som boenderegion ytterligare;

“Då kommer jag in på naturen och miljön igen och att det är korta avstånd. Man har skog, natur, hav nära och det är enkelt och bekvämt att bo i Blekinge. Om man jämför med att ta sig ut i skärgården i Stockholm t.ex. med bilköer och allt. Man har allt nära inpå i Blekinge.”

“Som livsmiljö tycker jag att Blekinges starka sidor är att det är nära havet, i mänskliga proportioner är det nära, det är nära till kontinenten, till Bornholm, Hanö, Öland och andra utflyktsmål. Blekinge ligger centralt fastän det ligger i ett hörn.”

“Närheten mellan människor, makthavare, miljön och livskvaliteten.”

“Att det är vackert med mycket historik. Det är lagom stora städer, skärgården. Det är ändå inte så isolerat som många tror. Ronneby flygplats är bra. Du tar dig lätt med bil till Malmö, Lund och Köpenhamn.”

“Navet Karlskrona som jag varit inne på, plus att BTH är en speciell högskola. Den är nummer ett inom forskning inom mitt område - hållbar utveckling. Det är ju därför jag är där.”

“Jag tycker man har lyckats bra med omställningen att bryta sig loss från staten som man tidigare var så beroende av genom det militära och varvet. Jag tycker man har lyckats anpassa sig till ett modernt samhälle.”

“Blekinge är förskonat från köer o.s.v.. Att det inte är några köer kan ju även vara en baksida. Det betyder ju att det inte är så många som arbetar/bedriver verksamhet. En baksida med Blekinge är att man inte ges möjligheter att få igång Blekinge. Det förutsätter att kommuner och myndigheter ger möjligheter och stöttar dem som vill starta och bedriva verksamheter. Jag har under min korta tid i Blekinge haft jätte många klienter som vill starta och bedriva verksamheter i Blekinge. Men det har tagit alldeles för lång tid, så de tappar intresset och söker andra alternativ och Blekinge tappar projekt och arbetstillfällen.”

#### **Som företagareregion ser beslutsfattarna följande starka sidor med Blekinge;**

BTH	9
IT/telecom	7
Boendemiljön	4
Har/har haft starka kluster - drar kompetens	3
Entreprenörsanda	3
Fordonsindustrin	3
Ej svar/vet ej	3
Bra hamnar	2
Flyget finns kvar	2
Bra samarbete det offentliga, näringsliv, högskola	1

Traditionellt stark industriregion	1
Lyckats bredda näringslivet	1
Driver utvecklingsarbete inom det marina och plåt och kaross	1
Alla småindustrier som finns	1
Finns företagarkompetens	1
Många internationella studenter	1
Bra arbetstagare/kompetens inom vissa områden	1
Kreativum - tvärvetenskaplig miljö	1
Korta avstånd	1
Obyråkratiska kontakter	1
En gåpåanda	1
Bra butiker	1
Det militära	1
Bra politiskt support	1
Ej några attraktiva sidor inom det området	1

Beslutsfattarnas bild är att Blekinges styrkor som företagareregion främst är att det finns en god kompetensförsörjning och ett nära samarbete mellan BTH och näringslivet. Utvecklingen av BTH ses som mycket positiv även för utvecklingen av Blekinge. Flera lyfter fram att man är starka inom IT/telecom och att man har en tradition av att tänka/bygga kluster som man verkligen ska ta vara på och bygga vidare på. Det framhålls som särskilt viktigt p.g.a. Blekinges storlek. Flera beslutsfattare är även av uppfattningen att det finns en entreprenörsanda i Blekinge som man ska uppmuntra, synliggöra och utveckla.

Följande citat förtydligar vad beslutsfattarna anser är Blekinges styrkor som företagareregion;

“Det finns en entreprenörsanda i Blekinge tycker jag och den utnyttjas. Ingen företagareanda kan utvecklas om man inte har ett nära samarbete med högskoleväsendet. Jag vet att man har mycket samarbete mellan företag och BTH i Blekinge.”

“Man har en air omkring som påminner om Småland. Vi kan, vi vågar. Det finns en gåpåanda som jag tycker ger ett spännande företagsklimat. Ytterligare en viktig styrka är att BTH tar sin trippel helix-uppgift om samhällsbenet på största allvar. Man jobbar mycket aktivt med att samverka med näringslivet på olika sätt.”

“En styrka med Blekinge som företagareregion är hamnen i Karlshamn och alla industrier som vuxit upp kring hamnen. BTH med IT-satsningen är en styrka även om jag tycker de tappat de senaste åren.”

“En styrka är dels att man försöker tänka kluster. I alla fall under min tid i Blekinge var samhället aktiva i att skapa nätverk och mötesplatser. Man försöker, det är positivt. Det är svårt för företag att själva göra saker ur ett Blekingeperspektiv. Men man måste se företag i Blekinge, inte som konkurrenter lokalt, utan som komplement. Konkurrenter till företag i Blekinge finns i ett större perspektiv istället.”

“Man har delvis lyckats följa med i teknologiskiftet. IT-staden, det är det som bitit sig fast i bilden hos folk. Man har Volvo personvagnar i Olofström, man har lite verksamhet i Karlskrona. Men det är inte företagsamheten man tänker på när man hör Blekinge.”

“All småindustri är en styrka. Många av dem har en kämparglöd och hankar sig fram. Där jag kommer ifrån är det många små företag inom träindustrin. Blekinge är lite som Gnosjö. Det finns en entreprenörsanda som borde uppmuntras ännu mer.”

“Boendemiljön gör att det går att locka kompetens.”

“Det jag kan tycka är att trots all statlig dominans som varit i Blekinge är det min uppfattning att det finns småföretagande, vilket är en styrka.”

“Där tycker jag att Blekinge har få attraktiva sidor. Miljön har aldrig varit företagervänlig i Blekinge. Det har mest varit storföretag som haft dotterbolag i Blekinge, samt mycket statlig verksamhet med det militära i spetsen. Det visar sig ju även i att Blekinge hamnar långt ner på Svenskt näringslivs ranking. Vid senaste mätningen låg vi väl allra sist.”

#### **Som turistdestination ser beslutsfattarna följande styrkor/attraktiva sidor med Blekinge;**

Skärgården/kusten	15
Naturrikedomen (bl.a. bokskogar, sjöar)	9
Stor utvecklingspotential	6
Vackert	2
Nära köpstarka turistgrupper i Polen, Tyskland, Danmark	2
Historiskt betingade platser med spännande historia	2
Sportaktiviteter	2
Orört, oexploaterat	2
Finns bra hotell och boende	2
Rekreationsmöjligheter, lugn och space	2
Världsarvet - Örlogsstaden Karlskrona	2
Tyst	1
Båtar/hamnar	1
Blekingar	1
Upplevelser som Kreativum	1
Lyft särskiljande mat	1
Sommarhalvåret	1
Möjligheter till traditionellt semesterliv	1
Pittoreskt	1
Sveriges trädgård	1
Hemslöjd	1

Bra prisnivå

1

Skärgården och kusten och naturrikedomen som finns i Blekinge lyfts fram som de stora styrkorna ur ett besöksperspektiv. Många beslutsfattare ser turismen som en stor utvecklingspotential för Blekinge, som man ännu inte utnyttjat. Blekinge anses vara vackert, orört och oexploaterat med stora möjligheter till rekreation. Det är nära för köpstarka turistgrupper i t.ex. Polen, Tyskland och Danmark, vilket lyfts fram som en styrka. Blekinges spännande historia och alla historiskt betingade platser lyfts fram som ytterligare en styrka med Blekinge ur ett turistiskt perspektiv.

Följande citat förtydligar beslutsfattarnas uppfattningar ytterligare;

“Naturen som är så otroligt vacker, havet som ständigt närvarande och präglar så mycket. Då ju många far förbi på väg till Österlen och andra mer kända turistställen så har väl Blekinge blivit något av en vit fläck på kartan. Samtidigt så är väl också det anledningen till att mycket är orört - vilket alla vi som känner Blekinge uppskattar.”

“Det finns mycket som kan marknadsföras, sportaktiviteter o.s.v. Jag tror det är många som vill inom det området men jag har en känsla av att man inte kommer igång.”

“Det finns en mycket större potential i Blekinge som turistdestination än vad som utnyttjas idag. Det gäller att lyfta fram det som är särskiljande. En viss typ av mat t.ex. kroppkakor, vildsvin, fisk från Tjurkö o.s.v. för utländska turister är det exotiskt. Det finns ekologiska gårdar som gör egen getost t.ex. men vi är jättedåliga på att lyfta fram det. Vi måste måla upp en mer progressiv och pragmatisk bild. en moderna turistdestination. För mig tog det lång tid att upptäcka alla guldkornen, gör dem lättillgängliga. De turistattraktioner som är lättillgängliga är de institutioner som Barnens Gård, Marinmuseet, fisket i Mörrumsån. De som är lite tråkiga och konserverande.”

“Som turistdestination är det naturen med fyra havskommuner plus Olofström med sina bokskogar och sjöar - det är en styrka. Man uppskattar nästan ännu mer naturen i Blekinge nu när man inte bor där längre. Jag är inte säker på att det är ett område som vi utnyttjat fullt ut. Tror det finns en stor potential inom turiströrelsen, det är en framtidsbransch för Blekinge.”

“Kombinationen av historiskt betingade platser och spännande historier är en styrka.”

“En annan styrka med Blekinge som turistområde är att landskapet är så pass litet att man kan åk och kolla på alla fascinerande platser på samma dag. Ta tillvara på alla dessa platser! Kombinationen av att det finns många spännande resmål på liten yta är en styrka.”

“Just att det är oexploaterat. Det finns stora möjligheter i Blekinge ur ett turistiskt perspektiv. Det är ju såklart lite motstridigt, Blekinge skulle kunna vara så mycket mer. Folk känner inte till Blekinge i den utsträckningen man borde. Om fler tar del av Blekinge som turistdestination förloras ju oskulden och det oexploaterade i Blekinge.”

### Fråga 3. Vad skulle du säga är Blekinges oattraktiva/svaga sidor? (Spontant, som boenderegion, som företagarregion och som turistdestination)

Liksom på fråga 2 har respondenterna här först spontant fått besvara frågan för att sedan se frågan ur boende-, företagar-, respektive besöksperspektiv.

#### De spontana svar som anges fördelar sig enligt följande;

Dåliga kommunikationer/infrastruktur	14
Anonymt/dåliga berätta historia för hela Blekinge	4
Behöver ett mer diversifierat och allsidigt näringsliv	3
Lite off både geografiskt och mentalt	3
Passerar ej	2
Konjunkturkänsligt/neddragningar	2
Blekingarna själva, det gaur inte	2
Oförmåga att hålla i satsningar som t.ex. Softcenter	1
Hög arbetslöshet	1
Behövs mer samarbete mellan kommunerna i öst/väst	1
Långt ifrån stora upptagningsområden	1
Jantelag för folk som kommer utifrån	1
Lyfter ej det särskiljande	1
Händer ej mycket vintertid	1
Låg servicenivå	1
Kommunpolitikernas okänslighet för miljön	1
Ej någon företagskultur	1
Vädret (internationell bild för hela Sverige)	1
Dåliga hotell	1
Svårt med förändringsbenägenhet och dålig flexibilitet	1
/liten arbetsmarknad	

Blekinges svaga sidor som lyfts fram rör främst kommunikationerna. Mer än hälften av beslutsfattarna pekar ut kommunikationerna som Blekinges stora svaghet. Att Blekinge är anonymt även en svaghet som flera pekar på. Blekinge ligger lite i ett hörn både mentalt och geografiskt, det uppfattas som långt bort eftersom man inte känner till det så väl. Man har varit dåliga på att sälja in sig och berätta en historia för HELA Blekinge. Många beslutsfattare pekar även på svagheter som rör näringslivet och arbetsmarknaden. Det är konjunkturkänsligt och ett mer diversifierat näringsliv och en bredare arbetsmarknad behövs.

Följande citat har valts ut för att ytterligare förtydliga resultatet;

“Då måste jag säga kommunikationerna. Till Stockholm och Göteborg och övriga Sverige är de dåliga. Det tar lång tid att ta sig någonstans.”

“Kommunikationerna. Blekinge ligger vid sidan av allfartsvägarna. Det är ju bara att titta på hur E4:an och stambanan går. Det krävs en väldig attraktionskraft för att uppväga svårigheten att ta sig dit. Om man inte har goda vänner, släkt eller intresse av något specifikt som finns i Blekinge är det lätt att man aldrig åker dit. Det är det avgörande problemet för Blekinge och har alltid varit. Det har blivit ännu svårare nu när flyget har färre avgångar och tåget kräver flera byten.”

“Kommunikationerna lämnar mer att önska. Blekinge kan upplevas som relativt avsides. E22:an ner från Stockholm är inte bra och avståndet till Malmö är ändå 20 mil. Åker man tåg måste man byta i Alvesta och Emmaboda det är inte bra, det är två byten för mycket. Det är inga snabbtåg heller. Flyget har för få avgångar, särskilt på helger.”

“Det finns få medelstora företag. Man behöver diversifiera näringslivet mera. Idag är det för snävt, bredda. I ljust av högskolan borde det kunna göras.”

“Blekinges svaga sida är att det är anonymt och att man inte passerar Blekinge.”

“Vi är även dåliga på att berätta en sammanhållande historia för hela Blekinge. Ej lyfta fram Karlskrona eller Ronneby utan hela regionen. Kommunerna är för små. Vi måste göra Blekinge mer magiskt!”

“Läget - Blekinge ligger långt bort från ett stort upptagningsområde. Det är inte lika lätt att belägga rekreations- och turistsatsningar. Det lockar inte lika många entreprenörer och det är svårare att räkna hem satsningar.”

“Jag skulle säga oförmågan att hålla i satsningar med den potentiella utveckling som då är möjlig. I Ronneby har man ju t.ex. stängt igen Softcenter, nu ställs hoppet till att det fungerar i Karlskrona och Karlshamn. Det tar tid att göra förändringar, det är inget snabbt arbete. Uthållighet i satsningar behövs.”

“Ibland är det svårt med förändringsbenägenheten. Det måste finnas flexibilitet för att förändra. Det är t.ex. för lite rörlighet när det gäller arbetskraft in och ut ur Blekinge. Ingenjörskraft är svårt att rekrytera, främst p.g.a. medflyttandebiten. Det hör samman med att man är ett litet län med liten arbetsmarknad.”

“Det kan också vara blekingarna själva. Det som är positivt med blekingar är att de har integritet och en negativ följd av det är att de kan uppfattas som lite tjuriga, lite enstöriga. Blekingar fjäskar inte och de är kanske inte vana att lyfta fram och marknadsföra sig själva. Man är mer vana att hålla sig till sitt.”

“Jantelagen som i och för sig finns på många ställen i Sverige. Men du ska inte tro att du är något om du kommer utifrån. Gäller alla som kommer utanför Blekinge.”

**Som boenderegion/livsmiljö anger beslutsfattarna följande oattraktiva/svaga sidor;**

Kommunikationer	9
Ser ej några svaga sidor ur ett boendeperspektiv	5
Ej svar/Vet ej	5
Dåligt utbud av kulturfokuserade upplevelser och ungdomsaktiviteter	3
Service- och arbetsmarknad är liten/saknas	2
Utnyttja det vattennära läget mer	1
Lite hemmabundna, "så här har vi alltid gjort.."	1
Mer framåt/företagsvänliga politiker behövs	1

Vad som är positivt för Blekinge är att flera av beslutsfattarna inte tycker Blekinge har några svagheter ur ett boendeperspektiv. Boende- och livsmiljön ses som en styrka för Blekinge. De svagheter som ändå framkommer rör i första hand även ur detta perspektiv kommunikationerna. Att service- och arbetsmarknaden är liten, samt ett dåligt utbud när det gäller kulturfokuserade upplevelser och ungdomsaktiviteter är andra faktorer som lyfts fram som svaga eller utvecklingsbara sidor.

Följande citat är värda att lyftas fram;

"Det är ju fortfarande kommunikationerna. Jag brukar säga att E22:an är Sveriges mest trafikerade ickemotorväg."

"Även som boende/livsmiljö är de relativt dåliga kommunikationerna en svaghet. Många skulle säkert kunna tänka sig att bo vid kusten i Blekinge och ta snabbtåget till Kristianstad, Malmö, Köpenhamn o.s.v. men det går ju inte."

"Tycker egentligen inte Blekinge har några svagheter där. Det skulle isåfall vara avsaknaden av en stor attraktion som opera, konserter, konstutställningar. Upplevelserna i Blekinge är mycket naturfokuserade, ej så kulturfokuserade vilket kanske är en nackdel i vissa grupper."

"För ungdomar är det ett bekymmer att det inte finns så mycket för dem att göra. Det behöver vi satsa mer på. För personer i min ålder är det lättare att ta sig och man uppskattar natur o.s.v."

"Om man tittar på vad man kan utveckla mer. Inte en svag sida, men utvecklingsbar. Om man tittar på Karlskrona som jag är mest bekant med så skulle man kunna ha restauranger nära vattnet. Utnyttja sitt vattennära läge mer. Det finns ju t.ex. skärgårdsöar som är obebodda. Utveckla möjligheter att bo där permanent."

"Det som är en styrka är ju även utifrån vissa utgångspunkter en svaghet. Fördelar med att inte bo i en storstad medför nackdelar men mindre utbud, avsaknad av vissa jobb."

**Som företagare ser beslutsfattarna följande oattraktiva/svaga sidor med Blekinge;**

Kommunikationerna	7
Ej svar/vet ej	7
Konjunkturkänsligt/neddragningar	3
Liten arbetsmarknadsregion	2
Ingen genuin företaganda	2
Medflyttarproblematik	2
Monokultur/få branscher	1
Få medelstora företag	1
Hög arbetslöshet	1
Liten kompetensbas	1
Företagsledare ej kvar i Blekinge	1
Jantelag	1
Anonymt	1
Passerar ej	1
Lite support från myndigheter/politikerproblem	1
Omvärldens bild kopplat till främlingsfientlighet	1
Ej tagit steget fullt ut i det digitala samhället	1

Beslutsfattarnas uppfattning när det gäller företagandets svaga sidor i Blekinge rör i första hand återigen kommunikationerna. Flera av de svagheter som framkommer rör även Blekinges storlek. Man påtalar att Blekinge är en liten arbetsmarknadsregion, det finns en liten lokal marknad, liten kompetensbas o.s.v. Man pekar även på att Blekinges näringsliv präglas av en monokultur med få branscher, vilket i sin tur gör att det är svårt att locka arbetskraft och framförallt deras medflyttare. Avsaknad av genuin företaganda är ytterligare en faktor som lyfts fram som en svaghet av beslutsfattarna och som de anser hämmar Blekinge som företagareregion.

Följande citat förtydligar beslutsfattarnas uppfattningar om Blekinges svagheter som företagareregion ytterligare och är värda att lyftas fram;

“Som företagareregion är svagheten som jag varit inne på mycket ett infrastrukturproblem. Man har inte tillräckligt bra kommunikationer. Bland våra medlemsföretag är det främst vägar och flyg som behöver förbättras.”

“Kommunikationer och transporter. Jag jobbade ju internationell och det tar ju längre tid att ta sig ut i Europa från Blekinge än vad det tar att flyga till New York. Snabbtåg till Köpenhamn, mer flyg, bättre vägar - allt behövs!”

“Det är svårt att rekrytera kvalificerat folk. Idag när båda parter jobbar räcker det inte med att man hittar ett bra jobb för att flytta. Det måste finnas goda arbets- och utvecklingsmöjligheter för båda.

Medflyttarproblematik. Det är ett problem man delar med flera små orter. I Blekinge finns inga större städer i närheten som man kan arbetspendla till heller, man är en liten arbetsmarknadsregion.”

“Det har varit lite monokultur i Blekinge. Det är svårare och mer sårbart när man är beroende av få branscher.”

“Det som är problemet är återigen att det finns för få medelstora företag. Det får till följd att det blir mindre dynamik i näringslivet. Medelstora företag har underleverantörer o.s.v. Utan dem ingen motor.”

“Min uppfattning är att man inte tagit steget fullt ut in i det digitala, man väntar fortfarande på att det ska gå tillbaka till det gamla traditionella.”

“Risken är att jante tar för stor plats. Jag har hört att ska man göra något i Blekinge måste man alltid ha något lokalt företag/lokal företagare med sig, annars är det svårt att lyckas. Man ser inte alltid potentialen i att det kommer utomstående med nya infallsvinklar och idéer.”

“Det kan vara ett problem att t.ex. många jag möter i mitt jobb förknippar Blekinge med Sverigedemokraterna. Det ger ju ingen positiv genklang för företag som bedriver verksamhet där.”

**Som turistdestination ser beslutsfattarna följande svagheter/oattraktiva sidor med Blekinge;**

Bilden som beslutsfattare har vad gäller svagheter för Blekinge ur ett turistiskt perspektiv rör främst att man tycker att Blekinge varit/är dåliga på att sälja sig som turistdestination. Turismen ses som en stor utvecklingspotential och ett större samarbete/mer samordning kring dessa frågor efterlyses. Flera beslutsfattare pekar på att man är dålig på att lyfta fram spetsiga och speciella attraktioner. Det utbud som finns upplevs som lite traditionellt, tråkigt och omodernt. Nytänkande inom turismområdet efterfrågas.

Anonymt utbud/ej bra på att sälja sig	7
Inga svagheter	4
Att man ej samarbetar/samordnar sig bättre	3
Kommunikationer	3
Lite gammeldags/omodern turistdestination	2
Starkt kort som ej utnyttjats	2
Säsongsberoende/kort säsong	2
Ej svar/vet ej	2
För tyst och lugnt	1
Dåliga på att lyfta fram det som är särskiljande	1
För många naturreservat och för hårda regler kring dem	1
Saknar riktigt bra hotell	1
Attraktioner med spets saknas	1
Stor attraktion saknas	1
Avståndet	1
Snabbare hantering och mer positivt bemötande behövs	1

Följande citat är värda att nämna;

“Som turistdestination är svagheten att man inte är bättre på att sälja sig. Mig veterligen finns det ingen plats i Sverige som har större skillnad på potential och vad man lyckats åstadkomma med turismen än Blekinge.”

“Jag tycker inte man har exploaterat sina möjligheter inom turismen, det är för okänt. Jag har varit på Eriksberg och Ronnebybrunn. Som turistdestination är Blekinge okänt, omodernt och lite gammeldags.”

“Om man skulle få möjligheter genom snabbare hantering och ett positivt bemötande finns det massor med potential med Blekinge som turistdestination.”

“Framförallt inom turismnäringen tycker jag att man behöver bli bättre på att samarbeta mellan olika regioner i Blekinge. Samarbete mellan östra och västra Blekinge, mellan Karlshamn, Ronneby och Karlskrona. Man ska inte tänka eget revir och se varandra som konkurrenter utan som komplement.”

“Annars tycker jag att den punkt de är svaga på idag är att göra sig själva mer känt för sin natur, SKÄRGÅRDEN, man har ju kust hela vägen i Blekinge. Det är många som inte känner till det. Det finns många fina stugbyar och campingplatser att bo på i Blekinge. Men det är samma sak där, man känner ej till. Jag tror fortfarande att det är många som upptäcker Blekinge på väg till Österlen eller Malmö. Man behöver bli bättre på att sälja in vidderna och naturen i Blekinge.”

“Svagheten som turistdestination är att man inte samordnar sig bättre. Är det helg är alla restauranger och affärer stängda. Vi var där en påskhelg och då var inte ens restaurangen på hotellet där vi bodde öppen.”

“Nackdelen som turistdestination skulle väl vara att man är mycket säsongsb beroende. I Blekinge finns det lite att erbjuda turister på vintern. Jämför med t.ex. Kosta där man satsat på Glashotell och outlet för att förlänga säsongen.”

“Vi har inte fattat den nya tidens sätt att resa. Vi lägger inte mycket pengar på själva resan, men vi vill kunna bo fint på ett schysst hotell eller i ett schysst hus, det lägger vi gärna pengar på. Hotellen är inte bara ett ställe där vi ställer väskan och sover längre.”

“Naturreservaten och reglerna kring dem behöver man släppa lite på. Vi är ju 150 000 invånare och har ca 100 reservat som ska skötas, vi har ju knappt några som kan utnyttja alla reservaten.”

“Det är det jag varit inne på tidigare. Blekinge är tyst och lugnt, det lockar många men t.ex. inte mig när jag väljer besöksmål.”

#### Fråga 4. Hur skulle du vilja beskriva den kultur och de värderingar som man kan möta i Blekinge?

Beslutsfattarna ombads ge sin bild av de värderingar och den kultur som råder i Blekinge och peka på vad som de anser karaktäriserar blekingeborna. Man ska ha i åtanke att en fråga av detta slag tenderar att lyfta fram negativa aspekter som kan vara generella även för svenskar och/eller personer från mindre orter överlag. Fyra av de fem vanligaste svaren som beslutsfattarna i denna undersökning lyfter fram är dock positiva till karaktären. Flest beslutsfattare anger att blekingeborna präglas av en ny framtidstro - "Det gaur" och att blekingebor är trevliga, positiva, öppna, stolta och överlevare. Några beslutsfattare är dock av uppfattningen att Blekinge fortfarande präglas av tankesättet "Det gaur inte". De har således delade meningar i den frågan. Ytterligare en negativ faktor som flera pekar på är att blekingebor förknippas med främlingsfientlighet. Någon vittnar t.o.m. om att de i sin yrkesroll möts av föreställningen om blekingebor som främlingsfientliga och att Karlskrona och Sölvesborg är starkt förknippade med främlingsfientliga partier, vilket är en bild smittar över på Blekinge och som man verkligen behöver arbeta med att förändra.

Beslutsfattarna har i denna undersökning lyft fram följande beskrivningar;

Bakåtsträvande innan, nu mer handlingsorienterade - "Det gaur!"	5
Trevliga, positiva, öppna	5
Stolta	3
Främlingsfientlighet	3
Öbefolkningsmentalitet, överlevare	3
"Det gaur inte"	2
Envisa	2
Svårt att komma in som utomstående	2
Dåliga på att ta influenser från andra, inga early adopters	2
Ej svar/vet ej	2
Lite småländskt, entreprenörskap	1
Sävliga på gott och ont	1
Hög arbetsmoral	1
Konservativ facklig kultur	1
Färre med högre utbildning	1
Ensidigt industrisamhälle	1
Marin kultur	1
Ej solidariska kommuner emellan, ser ej helheten	1
"Inte förhåva oss mentalitet"	1
Bristande självförtroende	1
Oförmåga ta chansen	1
Harmoni	1
Utan dryghet	1
Räddast i Sverige	1
Ej företagsamma	1
Litet gnällbälte	1
Småstadsmentalitet	1

Mycket att ge	1
Inget urtypiskt blekingskt	1

Följande citat kan belysa beslutsfattarnas bild av den kultur och de värderingar som präglar Blekinge;

“Jag tycker man är på väg åt rätt håll. *Det gaur inte* är på väg bort. Utveckling hos både människor och samhället har gått åt rätt håll.”

“Do it - det är något sagt och gjort över befolkningen. Man intellektualiserar inte något för sakens egen skull. Det är en mer åtgärds- och handlingsorienterad kultur, vilket jag tycker är positivt.”

“Väldigt öppna. Först när jag kom till Blekinge tyckte jag att det var småstadsmentalitet, det går inte och den typen av konservatism, att man inte riktigt orkade lyfta blicken och se the big picture. Men jag tror att det är typiskt svensk småstad överhuvudtaget och inget typiskt blekingskt. Istället tycker jag de är pragmatiska, trevliga, öppna. Man har en insikt om sin litenhet och sårbarhet och har insett vikten av att samarbeta. I Blekinge råder en tillspetsad svensk kultur tycker jag.”

“Som jag uppfattar Blekingar så är de stolta. De är en fiskarbefolkning, vilket innebär att man litat på varandra. De är överlevare, vilket även kan få följden att de kanske blir lite sig själv nog. Min svärfar brukade alltid berätta att blekingar kör mitt i vägen, en blekingebo väjer inte för andra.”

“Stolthet. Har nog sällan mött människor som ständigt uttrycker hur nöjda de är att vara just där!”

“Det var det jag var inne på tidigare - det går inte. Det är en grundinställning hos blekingar. Man ser problemen istället för möjligheter. Det behövs lite mer Gnosjöanda i Blekinge.”

“Det är inget jag har upplevt själv men jag har hört att det är svårt för utbölingar att komma in bland blekingar, det är inget som sker i första generationen.”

“Kulturen som råder tycker jag är en enviss kultur. Den påminner mer om Småland än om Skåne. Både i Småland och Blekinge har man haft det lite kärvare och levt lite tuffare än i Skåne. Blekinge präglas även av en hög arbetsmoral, vilket är ett stort plus.”

“Det som inte är så kul är att det finns en del främlingsfientliga åsikter i Blekinge, vilket inte är bra för Blekinges varumärke. Det är något vi måste möta med demokratiska medel, ta reda på vad som är orsaken och hur man balanserar upp det.”

#### Fråga 5. Hur väl stämmer följande påståenden med din bild av Blekinge?

Respondenterna ombads betygsätta hur väl ett antal påståenden stämmer med deras bild av Blekinge. De olika påståendena speglar viktiga så kallade attraktionsfaktorer, som kan antas inverka på regionens samlade attraktivitet. Svartalternativen som respondenterna ställdes inför var hur väl de instämmer på en femgradig skala. Svaren utföll som följer;

Blekinge möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö	medelvärde: 4,4
Blekinge är rikt på upplevelser för turister och besökare	medelvärde: 3,9
Invånarna i Blekinge är öppna och välkomnande	medelvärde: 3,5
Blekinge har ett starkt näringsliv med ett stort utbud av arbetstillfällen	medelvärde: 2,7
Blekinge är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer	medelvärde: 2,5

Att *Blekinge möter barnfamiljens behov av trygg livsmiljö, är rikt på upplevelser för turister och besökare, samt att invånarna i Blekinge är öppna och välkomnande* hamnar topp tre på listan över positivt laddade attraktionsfaktorer för Blekinge. Associationer till att *Blekinge har ett näringsliv med ett stort utbud av arbetstillfällen* samt *är lätt att nå tack vare goda kommunikationer* återfinns i botten, vilket kanske inte är så förvånande då infrastruktur/kommunikationer och en liten arbetsmarknadsregion och bristen på ett diversifierat näringsliv även tidigare lyfts fram som svaga sidor för Blekinge i den här undersökningen.

**Fråga 6. Om du ser till förmågan att locka inflyttare och öka antalet arbetstillfällen, hur tror du att Blekinge har klarat sig om 10 år jämfört med andra regioner i Sverige?**

Mycket bättre än medel	0
Bättre än medel	9
Medel	13
Sämre än medel	3
Mycket sämre än medel	0
Ej svar/vet ej	1

Beslutsfattarna fick uttala sig om hur de tror att det kommer att gå för Blekinge i framtiden, såväl när det gäller tillväxt som befolkningsutveckling. Svaren ger uttryck för en ganska positiv tilltro till Blekinges framtida utveckling. Nio av 26 respondenter tror på en bättre utveckling än medel för Blekinge om tio år, jämfört med andra regioner i Sverige. Turismens potential, BTH, entreprenörskapet är några av de motiveringar som framkommer. Samtidigt påtalar de att det gäller att förbättra kommunikationer och börja samverka mer mellan kommunerna för att en bättre utveckling ska vara möjlig. Majoriteten av respondenterna (13 st) tror på en medelbra utveckling för Blekinge. Tre respondenter tror på en sämre utveckling för Blekinges del, jämfört med andra regioner den närmsta tioårsperioden. De motiverar sina svar med att det är den utveckling som tyvärr har varit de senaste åren och att man inte tror det är något som kommer vända den närmsta tiden. Konjunkturedgångar drabbar Blekinge hårt och brister i den politik som förs idag är andra faktorer som man lyfter fram.

Följande citat klargör några av respondenternas åsikter;

“Jag hoppas på det. Med rätt ledning. Det handlar mycket om att sluta tramsa mellan kommunerna/varandra och utse någon annan yttre fiende. Högskolan är jättebra och en stor potential.”

“Vi ska vara bättre än medel, så är det bara. Om man lyfter fram högskolans fyra profilområden IT/telecom, upplevelse, hälsa och hållbar utveckling. Att här finns bra miljö att bo i, att det är vackert, safe och att kostnaden för att bo här är förhållandevis mycket rimlig. Då tror jag att vi lyckas med det.”

“Jag tror att tjänstesektorn är den sektor som växer mest och där behöver man förbättra sig i Blekinge.”

“Det finns en stark entreprenörsanda”

“Kommunikationerna är lite sämre än genomsnittet, samtidigt har man en stor potential inom turismen.”

“Det finns både styrkor och svagheter i Blekinge, om man väger ihop dem tror jag på en medelbra utveckling. Man ligger bra till i förhållande till Baltikum och andra länder på andra sidan Östersjön och gör rätt som satsar på de marknaderna, samtidigt ligger man off med svenska mått mätt. En medelbra utveckling tror jag sammanlagt är realistiskt.”

“Jag följer ju sådan statistik i mitt arbete och min uppfattning är att de klarat sig sämre de senaste åren och jag tror det är en trend som tyvärr håller i sig.”

“Det är ingen som drar i Blekinge, varken inom politiken eller näringslivet. Jag ser inga såna i Blekinge heller den närmaste tiden.”

#### **Fråga 8. Hur anser du att offentliga aktörer i Blekinge lyckats med att bidra till att utveckla regionen i rätt riktning?**

En majoritet av beslutsfattarna är av uppfattningen att offentliga aktörer i Blekinge lyckas medelbra med att utveckla regionen i positiv riktning. Några röster lyder:

“Det är inte ofta man läser om Blekinge. Jag skulle ge dem en trea.”

“Där måste jag säga att det är svårt att hitta en region med så många strävsamma och duktiga personer som inom kommun, landsting och region i Blekinge. Men det gäller att få med fler än de redan frälsta.”

“Jag tror nog de försöker. Bara en sådan sak som att de gör den här undersökningen och driver en varumärkesprocess är bra. Det talar för att det är förändring på gång. Det är positivt.”

“Vet inte tillräckligt om detta! Dock är det av yttersta vikt att man ser till vad man har; en unik miljö och tar kloka estetiska hänsyn när man förändrar t.ex. Karlskronas miljö! Det är inte världsarv för inte. Den näring som ju borde kunna expandera åtskilligt är ju just turismen, det lär bara ske om miljön hanteras varsamt!”

“Jag tycker man har lyckats rätt bra. Kunde vara ännu bättre om man samarbetade kommunerna emellan. Länsstyrelse och andra offentliga aktörer är alltid byråkratiska men om man kunde minska byråkratin och

försökte bli mer lättroliga organisationer skulle det bli ett bättre klimat för företag. Man skulle locka fram fler företag, innovationer och kreativitet.”

“Jag tycker man har bidragit på ett väldigt positivt sätt. Mina kontakter med politiker och offentliga aktörer har givit ett mycket välkomnande intryck. Landshövdingen, nu känner jag inte den nya ännu, men den gamla var mycket intresserad och villiga att ta emot vad högskolan har att erbjuda och inte bara ta emot utan själva bjuda in till samarbete och att nätverka.”

“Kommunikationerna är det jag har erfarenhet av som det offentliga har ansvar för och de är ju rent dåliga så jag kan inte säga att de bidragit tillräckligt.”

“En del har gjort det på ett lysande sätt, andra har lyckats medelmåttigt. Ömsom vin, ömsom vatten skulle jag säga”

#### Fråga 8. Finns det något som sker/pågår i Blekinge just nu som du tycker är viktigt för regionens utveckling?

I undersökningen har vi frågat respondenterna om de anser att det är några projekt/skeenden som pågår i Blekinge just nu som är särskilt viktiga för regionens utveckling. De som påtalat såna skeenden/frågor har även betts kommentera och/eller ge sin åsikt i frågan. Följande projekt/skeenden framhåller respondenterna som viktiga för Blekinges utveckling;

Utveckling av expansiva BTH	7
Vet ej/ej svar	7
Utveckla kommunikationer	2
Diskussioner kring sin roll/fundera över sig själv	2
Bättre samarbete mellan kommuner	1
Ny landshövding driver på, börjar hända saker	1
Omställning från militärt till tillgängligt landskap	1
Krafttag Blekinge	1
Förbättring kommunikationer med Karlshamns hamn	1
Stadsbyggnadsplaner för Karlskrona	1
Karlshamns kommuns arbete	1
Projekt för att motverka utflyttning från landsbygden	1
Projekt för att skapa arbetstillfällen i Olofström	1
Utveckling inom industrin mot mer högteknologisk industri	1
Ta tillvara på yrkeskompetens från fordonsindustrin och det marina	1
Samspel med Skåne	1
Arbete med hållbar utveckling	1
Koppla upp sig mot arbetsmarknadsregioner	1
Eriksberg	1
Roxtec	1
Utveckling av turism med hänsyn till världsarv och miljö	1
Varumärkesarbete	1

Allt!

1

Projekt eller skeenden som påtalas som särskilt viktiga Blekinges utveckling rör i första hand BTH's arbete, utveckling och koncentration. Flera respondenter lyfter även fram olika sätt att ta tillvara på kompetens och omställning från tung industri till mer högteknologisk industri som viktiga projekt. Att arbeta för större arbetsmarknadsregion och att man blir bättre på att koppla upp sig mot andra regioner lyfts fram som viktigt för Blekinges fortsatta utveckling. Att man funderar över Blekinges roll i framtiden och att man dessutom målmedvetet arbetar med sitt varumärke och de styrkor man har framhålls även som viktiga projekt. Några röster lyder;

“BTH's enorma puls inom våra temaområden. Vi är ledande exempel i hela världen när det gäller Hållbar utveckling och har nu påbörjat ett systematiskt arbete för att utveckla världsledande ingenjörer på detta område.”

“Högskolan, arbetet med att koncentrera den. Det är ett av Blekinges problem. Det ligger fem städer med två mils mellanrum. De blockerar varandra. De går hellre miste om saker än att det hamnar i Karlskrona. Den inställningen måste bort. Blekinge är för litet för det.”

“Högskolan utveckling är såklart viktig för regionen. Och själva utvecklingen av regionen som sådan. Den kraft som ett samspel med Skåne kan ge är en otrolig potential.”

“Jag tror att Blekinge först och främst måste fundera över sig självt. Befolkningen i Blekinge utgör mindre än halva Malmö. Allt tyder på att det är i storstadsregionerna det händer, det är dit folk flyttar, företag lockas o.s.v. Det gäller för Blekinge att tydligt koppla upp sig mot den utvecklingen, man får inte bli introvert. Ta Ikea i Älmhult som exempel. Där har man 1000 inpendlare från Malmö varje dag. Det gäller att agera på sikt och öka och underlätta för in/utpendling till andra regioner, även om det sträcker sig över länsgränserna. Länsgränsen får inte vara ett hinder. Titta på Kungsbacka i Halland, de tillhör Göteborgsregionen. Det är min point att man på sikt måste vara en del av ett större system när det gäller infrastruktur, sjukvård, bostads- och arbetsmarknad. Annars kommer man att vara isolerade i sitt hörn, man kommer att vara sig själv nock som vi säger i Skåne.”

“Det pågår en del diskussioner om kommunikationer. Det är mycket viktigt för Blekinge. Jag har dock fått lite motsträviga uppgifter så jag vet inte vad som är på gång eller har bestämts i detalj. Men kommunikationsbiten med utveckling av vägar, järnväg och flyg är mycket viktigt för Blekinge.”

“Det är dock bra att man arbetar målmedvetet med sitt varumärke och bygger på sina styrkor. Det är viktigt i vår tids ekonomi. Med hjälp av varumärket kan man förminska avståndet till Blekinge rent mentalt genom att vara tydlig med var man finns och vad man står för.”

### Fråga 9. Vad vill du ska förknippas med varumärket Blekinge?

I denna undersökning har vi även tillfrågat respondenterna vad de vill ska förknippas med varumärket Blekinge. Frågan har resulterat i många förslag och idéer, varför av de enskilda svaren är väl värda en genomläsning. Svaren fördelar sig som

följer;

God livsmiljö	10
Havet/skärgård/kust	7
miljön/grönt/naturrikedom	7
Närhet Europa och kontinenten	4
Vackert	4
Kunskap och kluster, klusterregion	3
Gästfrihet/välkomnande	3
Öppenhet	2
Kreativ miljö/kreativitet	2
Företagsamhet och turism	2
Samverkan för hållbarhet	2
Blekingeanda	2
Fritid	2
Trygghet	2
Enkelt	1
Aktivt	1
Landsbygd men inte glesbygd	1
Bra uppväxtmiljö	1
Många utflyktsmål	1
Värt att utforska	1
Städer i mänskligt format	1
Örlogsstaden Karlskrona	1
Ekskog	1
Äventyr	1
Sveriges trädgård	1
Utvecklat näringsliv	1
Topppmodern	1
Framåtanda	1
Entreprenörskap	1
Tolerans, teknologi, talang - 3 T	1
Hitta östdimensionen	1
Folkhemssverige i kombination med något väldigt progressivt	1
En plats där man vill stanna, men som man KAN resa ifrån	1

Många respondenter uttrycker på olika sätt att det är viktigt att varumärket Blekinge förknippas med god livsmiljö, skärgård och vacker natur. Närhet till Europa och kontinenten, att det är en kunskapsintensiv region med företagsamhet och framåtanda lyfts fram av flera respondenter som viktiga aspekter av varumärket Blekinge. Några skulle t.o.m. gärna se en utveckling av en ny Blekingeanda som kan konkurrera med Gnosjöandan. Följande citat klargör respondenternas idéer ytterligare;

“Om det var mitt jobb att positionera Blekinge skulle jag positionera det som en gullig

Astrid Lindgren-värld, samtidigt som det mest progressiva i Sverige inom vissa områden. Folkhemssverige (säkert och tryggt) i kombination med något väldigt progressivt (miljö, natur, framkant inom turism, näringsliv o.s.v.)”

“Vackert äventyr”

“En unik och vacker plats väl värd att utforska, som välkomnar! Dessutom nära till både Köpenhamn och Polen - d.v.s. en plats så idyllisk och ändå så nära till utlandet!”

“En fantastisk miljö och turism. Det skulle vara kul om man kunde skapa en Blekingeanda, där vi skulle slå Gnosjöandan på fingrarna. Den nya Gnosjöandan. Ska stå för positivism, jäkla anamma, att driva projekt, skapa, att göra något, att tro på något - det går om man bara tror på det.”

“HAVET har jag ju varit inne på så många gånger, det tror jag är viktigt att slå på. Miljön, närheten, att det är ett enkelt boende i Blekinge.”

“Jag tycker man ska lyfta fram den goda livsmiljön, trivsamt och enkelheten i vardagen. Alla naturrikedomar som ger en god fritid i kombination med ett utvecklande näringsliv.”

“Hav, fantastisk kust i kombination med en nysatsning på IT-kunskap och de spetskunskaper som finns i Blekinge. Bra livsmiljö i kombination med kunskap och kluster och att det är en fantastisk miljö. Det gör Blekinge attraktivt.”

“Att det är en bra boendemiljö med skärgård, bra miljömässigt o.s.v. och att det finns tillgång till bra högskola, forskning och innovation.”

“Samverkan mellan forskning, näringsliv, politik och allmänhet för en attraktiv hållbar värld.”

“Ett varumärke för ett landskap med fem kommuner är svårt. Beror på vem man vill rikta sig till. Vill lyfta fram ett par olika. Hitta östdimensionen - det är viktigt för hamnen, industrier och företag. Turism - då är det hav, skärgård och det kustnära läget som ska lyftas.”

#### **Fråga 10. Utifrån din bakgrund och dina erfarenheter, vilka är de viktigaste utvecklings/framtidsfrågorna för Blekinge?**

Det enskilt mest frekvent förekommande svaret på frågan vad som är Blekinges viktigaste utvecklings/framtidsfråga är kommunikationsfrågan. Förbättrad infrastruktur och bättre kommunikationer lyfter över en tredjedel fram som mest avgörande för Blekinges utvecklingsmöjligheter och framtid. En ökad satsning på turism, högskolan och att arbeta för ett mer diversifierat näringsliv är andra viktiga framtidsfrågor som påtalas. Ytterligare en viktig fråga som flera påtalar är att man behöver bli bättre på att synliggöra och bekantgöra Blekinge. Beslutsfattarna lyfter fram följande utvecklings- och framtidsfrågor;

Förbättra kommunikationer och infrastruktur	9
Turismen är en utvecklingspotential	5
Mer dynamiskt och diversifierat näringsliv, större tjänstesektor	4
Högskolan - utvecklingsmotor	3
Synliggöra/bekantgöra Blekinge	3
Satsa på hållbar utveckling	2
Utveckla med hänsyn till kultur och särprägel	2
Underlätta etableringar/lätt få kontakt med rätt person	2
Attrahera spetskompetens och deras medföljare	2
Få unga stanna kvar/komma tillbaka	1
Öka samverkan	1
Ta vara på fördelar som livsmiljö	1
3T - tolerans, teknologi, talang	1
Satsa på bra utbud på turismboende, från billigt till exklusivt	1
Stötta lokala alternativ	1
Bli en riktig del av Sydsverige	1
Kultursatsningar	1
Ta tillvara på möjligheter!	1
Ej svar/vet ej	1

Här återges några av beslutsfattarnas röster om Blekinges viktigaste utvecklings- och framtidsfrågor;

“Jag kommer tillbaka till kommunikationerna. Dels behövs bättre kommunikationer till övriga Sverige, dels till kontinenten. Goda kommunikationer är en förutsättning för att Blekinge ska vara en intressant plats för företag att etablera sig på.”

“Ett - man måste lösa kommunikationsfrågorna. Flyget behöver fler avgångar och destinationer, vägnätet behöver utvecklas, tågnätet förbättras. Två - Ett breddat näringsliv är ett måste. Mer tjänsteföretag behövs. Olofström måste ha ett av Sveriges mest ensidiga näringsliv. De två punkterna hör ihop. För att få dit tjänsteföretag måste man kunna ha internationella kontakter. Bättre kommunikationer behövs för att göra det möjligt. Gärna en flyglinje till någon av Europas metropoler som Frankfurt eller London, eller i alla fall Köpenhamn.”

“En av de stora utmaningarna för Blekinge i framtiden är att attrahera nyckelpersoner till företagen OCH deras medföljare. Det är en nyckelfråga.”

“Dels turismen och dels att få fart på de mindre företagen. I Blekinge har man en tradition av större företag som Volvo Kockums o.s.v. Ett mer dynamiskt och diversifierat näringsliv är en viktig fråga för Blekinge.”

“De viktigaste frågorna för Blekinge tycker jag är att göra sig synliga och att stötta alla lokala bra initiativ, det finns tillräcklig kraft i Blekinge.”

“Sedan handlar det om att hitta nya framtidsbranscher utifrån den historia man har, det man är duktiga på. Satsa kring dessa kompetenser där man ligger i framkant. Man måste vara snabbare, satsa och våga, få med medborgarna och få med dem i retoriken - satsa på spjutspetsområde. Man borde klara av det med tanke på hur bra det var med Telecom City. Har vi gjort det en gång kan vi göra det igen.”

“Det är det området jag varit inne på - Hållbar utveckling. Det är där poängen ligger som de lyckas genomföra det. De är på god väg. Det är ett avsnitt till, utöver ambition, som behövs för att de ska lyckas och det är kompetens. Vi ligger långt fram med massor av aktörer som t.ex. Aura Light, Waterjet och BTH. När det gäller kompetens inom det här området gäller det att utveckla tydliga ledbilder för framtiden som man kan dela med de andra aktörerna. Det gäller att se den stora kartbilden tillsammans d.v.s. sammanhanget mellan aktörerna, inte se sitt eget lilla borrhål. Det gäller att man spelar efter samma regler, annars blir man inte ett kompetent lag.”

“Återigen att bevara och utveckla miljön med starka historiska hänsyn! Det gäller ju att ta vara på det som finns och utveckla det - förfina! Man kunde ju börja med att skapa en annan fasad på kolossen nere vid Fiskartorget!! Vilken kulturskymning!”

#### Fråga 11. Vad tycker du bör göras i Blekinge för att;

##### - locka nya innovationer och nya företag till regionen?

I det Regionala tillväxtprogrammet för Blekinge har fem insatsområden identifierats. I denna sista och avslutande fråga har vi frågat beslutsfattarna om utvecklingsidéer utifrån de fem insatsområdena, utöver de synpunkter de redan lämnat i intervjun. Frågan genererar många idéer till utveckling och relativt spridda svar, varför en genomläsning av fritextsvaren kan rekommenderas. För att locka innovationer och nya företag ger beslutsfattarna följande förslag;

Ej svar/vet ej	6
Smidigare kommunikationer	5
Fortsatt satsning på BTH och spetskompetensområden	3
Bygg kluster utifrån grundstomme man har, byar av entreprenörer	3
Locka med livsmiljö och attraktivt boende	2
Marknadsför Blekinge	2
Utveckla turismnäringen/mer samverkan inom turism	2
Vara nyfikna, öppna och lyhörda mot entreprenörer	2
Underlätta för företag, myndigheter som säger ja	2
Hitta systematik för medflyttare	1
Vårda kontakter och skapa nätverk	1
Våga satsa på spännande projekt som t.ex. bojpark	1
Utnyttja närheten till öst, knutpunkt	1
Samordna mer, en eller två kommuner i Blekinge	1
Starkare samspel politik, näringsliv, akademi	1
Uppmuntra och uppvakta småföretag	1
Satsa på bra utbildningssystem	1

Locka även nya innovationer i befintliga företag	1
Utnyttja strandnära miljöer för restauranger, promenadstråk och boende	1
Verka för bra bankmöjligheter	1
Fortsätt jobba	1

Återkommande svar är satsning på kommunikationer och infrastruktur. Att bygga kluster, nätverk och fortsatta satsningen och utvecklingen av BTH med dess spetsområden pekar flera på som möjligheter för Blekinge att ta vara på för att locka nya innovationer och företag till regionen. Några röster lyder;

“Myndigheter som säger JA! Som hjälper till att fixa. Självklart ska man följa lagar, jag är ju advokat, men det finns mycket man kan göra för att underlätta för företagare inom lagens gränser.”

“En medveten satsning på turism tror jag också är viktig för att locka och möjliggöra för nya företag att etablera sig. Det kan få Blekinge att uppfattas som närmare, vilket i sin tur kan göra att det är lättare att locka kompetens.”

“Först och främst göra Blekinge mer känt. Man känner inte till det idag, företag känner inte till. Det gäller att vara aktiva och att marknadsföra det positiva vi har här miljön, arbetskraft o.s.v. Vi behöver vara mycket mer aktiva här och marknadsföra oss.”

“Uppmuntra småföretag och entreprenörer och försöka få små företag att komma dit. Utnyttja närheten till grannländerna i öst. Ett ökat samarbete med länderna på andra sidan Östersjön kan göra Blekinge till en knutpunkt och är en framtidsfråga att utnyttja.”

“Även i det perspektivet är infrastrukturen en del i det hela. Sedan att man fortsätter sin satsning på BTH och satsar på spetskompetens och inte försöker vara en högskola med bredd. Man måste nisha sig och ha spets inom ett fåtal områden även i ett internationellt perspektiv. Att vara en hyggligt bra högskola i Sverige räcker inte.”

“Först och främst tycker jag att man inte ska ha mer än två kommuner i Blekinge, kanske bara en. Som det är nu konkurrerar man oftare än man samarbetar. En eller två kommuner skulle ge Blekinge mycket större möjligheter att samordna resurser.”

“För att locka nya företag och innovationer behöver man satsa på BTH, lyfta fram BTH och spetskompetenser som finns där så att det kommer intressanta människor som vill jobba där och tar med sig sina kontakter och nätverk. Det gäller att Blekinge kommer på kartan.”

#### **- locka kompetens och ett ökat arbetskraftsutbud till regionen?**

Beslutsfattarna är överens om att denna och frågan ovan är starkt sammankopplad. För att locka kompetens krävs attraktiva företag och arbetsmöjligheter. Flera av beslutsfattarna lyfter fram BTH som en sammankopplande drivkraft mellan näringsliv

och kompetens. Flera pekar även på att man ska marknadsföra och nyttja den attraktiva livsmiljön. För att locka kompetens och ett ökat arbetskraftsutbud ger beslutsfattarna följande förslag;

BTH dragkraft, hänger ihop med deras utveckling	8
Lyft fram den goda livsmiljön	6
Ej svar/vet ej	6
Systematiskt arbete för att locka företag	3
Medflyttarsystematik, måste kunna erbjuda två attraktiva jobb	2
Förbättra kommunikationer	2
Använd bostäder/attraktiva tomter som konkurrensmedel	2
Satsa på kluster	2
Förbättra kulturutbudet	2
Höj utbildningsnivån	1
Bättre marknadsföring av intressanta projekt	1
Utveckla turismen	1
Satsa på företagsledare på plats med mandat	1
Ta hand om företagsamheten som finns, ge möjligheter	1
Locka hemvändare	1
Jobba långsiktigt	1
Gör allt attraktivare	1

Följande citat förtydligar beslutsfattarnas utvecklingsförslag för att locka kompetens och ett ökat arbetskraftsutbud;

“Jag tror det är så att har man tillräckligt intressanta företag så lockar det kompetens. BTH spelar här en viktig roll att samverka och sammanföra företag och kompetens.”

“Spännande projekt i kombination med den vackra livsmiljön lockar.”

“Locka med det ni har i Blekinge! Miljön, korta avstånd. Folk vill inte sitta i långa bilköer varje dag. Se till att det finns bra möjligheter att jobba hemifrån. Tror man skulle kunna locka många från storstadsregionen som vill ha en annan livskvalitet.”

“Jag anser att det gäller att aktivt arbeta med kluster som Netport, Telecom City och Softcenter. Man måste bli bättre på att redovisa den kompetens man har samtidigt som man hela tiden bedriver ett aktivt arbete med företagsledare som har eget mandat. Det är en nyckelfråga för både Sverige och Blekinge att man satsar på de företagsledare som har ägarna på plats och mandat. De fjärrstyrda företagsledarna har inte så mycket att säga till om när det gäller att utveckla regionen. T.ex. Volvo i Olofström, där finns det egentligen bara platschefer. Cheferna i med mandat sitter i Göteborg eller i Detroit.”

“Man behöver hitta en systematik för att underlätta för medföljande. Det finns exempel på olika samarbetsorganisationer som jobbar med de frågorna som man kan titta på. Idag måste man kunna erbjuda två jobb för att locka kompetens.”

**- göra regionen mer tillgänglig?**

Förbättra kommunikationer och infrastruktur är de åtgärder som beslutsfattarna lyfter fram för att göra Blekinge mer tillgänglig, vilket inte är så förvånande med tanke på att det är en fråga som lyfts ett flertal gånger i den här undersökningen. Den faktor man främst anser behöver förbättras är vägnätet med E22:an i spetsen.

Ej svar/vet ej	11
Förbättra vägsystemet, E22:an	9
Ökat fokus på kommunikationsfrågorna	4
Förbättra tågförbindelserna	4
Öka turtätheten flyg	3
Minska avståndet mentalt	1
Offensivt satsa på att exploatera mark	1
Utlandsförbindelse flyg	1
Billigare flyg	1
Fler flygförbindelser	1
Direkttåg mellan Blekinge och Malmö	1

Följande citat klargör beslutsfattarnas åsikter ytterligare;

“Fixa E22:an! Och fler flygförbindelser till Kallinge, nu är det bara till Stockholm.”

“Där gäller det att fortsätta jobba med infrastrukturfrågan. Man har tjatat om E22:an i 30 år och rätt som det är kommer det väl dit en liten vägsnutt. Det gäller dock att ha ökat fokus på kommunikationsfrågorna.”

“Fortsätt kriga för att förbättra E22:an uppåt Kalmar och nedåt Skåne. Flyg och tåg behöver också förbättras men där är ju problemet att man inte äger flyg- respektive tågresurserna. De är ju beroende av underlaget. Vägbiten är det man kan påverka mest.”

“I Blekinge behöver man särskilt satsa på att bygga ut vägarna. Motorvägar från alla håll som kan mata in folk. Bättre vägar utvecklar även näringslivet då de får snabbare och lättare transporter.”

“Främst tågförbindelserna behöver förbättras. Det är långt att köra bil från Stockholm. Flyget är bra, men ej så billigt och man kunde få ner priserna skulle det vara bra.”

“Att förbättra både järnvägstrafiken och vägtrafiken är viktigt. Det är ju tydligast när man kommer och kör från Stockholm. Då kommer man till Jönköping och sedan svänger man rätt in i skogen, på skogsvägar. Det behövs en annan typ av vägförbindelse.”

“Det är ju dels tiden som räknas. Sedan gäller det framförallt att man har något tillräckligt intressant att erbjuda. Kolla bara på Ishotellet i Jukkasjärvi, dit åker folk från när och fjärran.”

### - öka samarbetet med andra regioner, både inom och utom Sveriges gränser?

Denna fråga resulterade i diskussioner kring vilka samarbeten som är mest avgörande för Blekinges framtida utveckling. Beslutsfattarnas åsikter fördelar sig som följer;

Ej svar/vet ej	9
Skåne	8
Baltikum och Östersjöområdet	7
Småland	4
Ej Skåne	2
Stockholmsregionen	2
Samarbete arbetsmarknadsregioner (Kristianstad, Kalmar, Växjö)	2
Samverkan inom Blekinge	1
Köpenhamn/Malmö	1
I västerled mot Göteborg	1
Samarbete med alla grannar	1
Turistorganisation i Tyskland	1
Hela södra Sverige	1

Följande citat klargör beslutsfattarnas åsikter;

“Polen och Baltikum ligger bra till från Blekinge sett. Det är stora marknader och borde innebära stora möjligheter.”

“Dels tror jag det är viktigt med samverkan med hela södra Sverige och Skåne. Dels är det viktigt att vi blir bättre på att samverka mellan kommuner i Blekinge.”

“Man behöver öka samarbetet med alla sina grannar naturligtvis och göra kompletterande saker. Satsa på större regionala samarbeten. Med en större kritisk massa har man t.ex. större förutsättningar att förbättra kommunikationerna. Bra vägar i Blekinge räcker ju inte, man måste arbeta över regiongränserna.”

“Isåfall lära företagsamhet av smålänningar och utbildningsverksamhet av skåningar. Om man ska samarbeta över gränser tror jag på Polen och Tyskland i första hand. I takt med att utvecklingen i Polen går framåt blir det en allt större möjlighet. en flyglinje till Warszawa skulle kunna vara ytterligare en möjlighet.”

“Samarbete med andra länder och kanske framförallt de Baltiska länderna kan ge konkurrensfördelar och förbättra Blekinges läge och position. Skåne och Småland är andra regioner som man behöver samarbeta med. t.ex. kanske man ska diskutera hur man kan samarbeta med turistpaket.”

“Regioner som är viktiga samarbetspartners är Stockholmsregionen och Köpenhamn. Malmö ligger ju när till hands. Har Blekinge bra grejer att komma med är andra intresserade av att samarbeta.”

“För min del ser jag det som nödvändigt att man satsar på att skapa kraftiga arbetsmarknadsregioner. Växjö - Kalmar - Karlskrona, Kristianstad - Sölvesborg - Olofström och Karlshamn - Växjö. Livskraftiga arbetsmarknadsregioner, med rimliga pendlingsavstånd.”

“Stora delar av Blekinge rör både Småland och Skåne. Blekinge vill ha ett förbund med södra Sverige. Blekinge ensamma är inte så starka. Att skapa en storregion är dock inte så lätt. Det har tagit oss i Skåne tio år att komma dit vi är idag. Måna i Blekinge tror att om vi går ihop med Skåne så löser sig allt, det tror inte jag. Jag tror att man då får ägna kraft åt konflikter för att man vill olika saker. Jag tror att Blekinge skulle tjäna på att först skapa en region med Kronoberg, södra Kalmar län och sig själva. Då kan de bli en intressant part visavi Skåne på sikt och eventuellt smälta samman till en storregion. I Kronoberg, södra Kalmar län och Blekinge har man redan många beröringspunkter. Offentliga aktörer har redan ett samarbete, man MÅSTE samarbeta för att lösa kommunikationsfrågorna. Blekinge, Kronoberg och södra Kalmar är mer lika i behov och attraktivitet och har många beröringspunkter, vilket minskar risken för interna konflikter. Tillsammans är de också en intressant samarbetspartner visavi Skåne. Ta utvecklingen i en tvåstegsraket.”

#### - stärka den regionala identiteten?

För att stärka den regionala identiteten tror respondenterna främst på ökad samverkan mellan kommunerna och fler gemensamma projekt. En satsning på mer marknadsföring, att man bli bättre på att lyfta fram framgångsrika exempel och prata om hela Blekinge i större utsträckning än vad man gör idag tror man är åtgärder som skulle stärka den regionala identiteten.

Svaren fördelar sig som följer;

Ej svar/vet ej	10
Öka samverkan/driva gemensamma projekt	5
Marknadsför mer	4
Prata mer Blekinge, ej Karlskrona, Ronneby o.s.v.	3
Kommunicera ut starka profiler/exempel	3
Driva att Blekinge ska uppmärksammas i media	1
Enas om vad som ska lyftas fram	1
Nyttja och lyft fram skärgården	1
Sammanslagning till en eller två kommuner	1
Blekingarna själva måste börja tro att de kan	1

“Man är fem kommuner idag. En till två kommuner skulle ge samordningsvinster i ett sånt litet län med den befolkningsstorleken man har. Om man inte går samman helt behövs i alla fall mer benchmarking mellan kommunerna och att man jobbar mer tillsammans.”

“Ökad samverkan mellan kommuner. Man måste inse att varje kommun kan inte få exakt samma saker. Det gäller att nischa sig och ge och ta för att utveckla hela Blekinge på bästa sätt.”

“Vi står ju inför att världen håller på att gå sönder. I Blekinge finns världsledande centret för forskning kring hållbarhet. Det krävs en tillräckligt stor fråga för att man ska gå samman och driva gemensamma projekt mellan kommunerna i Blekinge. Det här är en sån fråga. Det finns all expertis. Det är bara att köra på.”

Gemensamma projekt är det som kommer stärka den regionala identiteten.”

“Jag tror att man behöver enas om vad det är vi ska lyfta fram. Att man både från politiskt håll, organisationer och företag kan komma överens om det. Vi sätter ryggarna ihop och vågar.”

“Använd identiteten Blekinge i större utsträckning. Knyt Blekinge till olika företagsområden. Det var så vi tänkte med Blekinge Tekniska Högskola. Det skulle inte heta Högskolan i Karlskrona/Ronneby.”

“Börja prata mer om Blekinge på ett positivt sätt. Driva att Blekinge ska uppmärksammas i media. Vår bild och uppfattning om något styrs i väldigt stor utsträckning av den bild vi får av media.”

“Ta de starka profilerna, kommunicera ut dem. Lyft fram BTH, naturen, skärgården, livsmiljön, att det är billigt att bo och verka här. Lyft fram x antal framgångsrika exempel från Blekinge, marknadsför mer, syns mer.”

“Blekingarna själva måste tro att de kan, då börjar snöbollen rulla. Få fart på Blekinge!”